

¿QUÉ APORTAN LAS REDES SOCIALES EN EL ESTUDIO DEL CONSUMO DE ALCOHOL Y DROGAS? ¹

Pilar Parra, Sergio D'Antonio, Angel Gordo y Gabriel Fraca²

Resumen

El objetivo principal de la comunicación es presentar la caracterización socioeconómica y los estilos de vida de los usuarios de carreteras con mayor prevalencia de conductas no disociadas en el consumo de alcohol/drogas y la conducción a partir de una metodología que incorpora el uso de las redes sociales como Facebook. El trabajo de campo se centró en la producción de datos primarios cuantitativos mediante una breve encuesta online y la obtención de datos cualitativos, como los gustos y las preferencias, a partir de los “*me gusta*” (*likes*) del perfil de Facebook de los usuarios que realizaron la encuesta. El análisis de los datos muestra que hay grupos de conductores que se diferencian en sus pautas de no disociación en el consumo de alcohol/drogas y conducción en función de la edad y el género, pero también en relación a características socioculturales y económicas concretas, siendo la inestabilidad laboral, en forma de paro y contratos eventuales, y el nivel cultural las dimensiones más discriminantes, así como ciertos gustos culturales y las preferencias en ocio y consumo.

Palabras clave: alcohol/drogas, conducción, Facebook, “*me gusta*”, grupos de riesgo

1. Introducción: sociodemografías y tendencias de las conductas no disociadas alcohol/drogas y conducción

En el análisis de las conductas no disociadas de alcohol/drogas y conducción partimos del supuesto de que la conducción, al igual que otras conductas y actitudes de riesgo, debe ser abordada desde una perspectiva cuya unidad de análisis trascienda las actitudes o comportamientos individuales. Los planteamientos socioculturales ponen de manifiesto que frente al papel predominante que tiene el análisis de variables de personalidad, aspectos motivacionales y procesos cognitivos, es importante tener en cuenta también las diferencias culturales y las características socioeconómicas de los grupos de población. Para dar cuenta de estas diferencias, en este epígrafe presentamos una primera caracterización sociodemográfica de los grupos de conductores con mayor prevalencia en el consumo no disociado de alcohol/drogas y conducción para abordar, a partir de los datos recabados en el trabajo de campo, las características económicas y culturales, así como los estilos de vida, gustos y preferencias de los principales grupos de riesgo.

Del último estudio paneuropeo SARTRE 4 (2012), realizado en 19 países, se desprende que conducir bajo las influencias de sustancias psicoactivas es la principal causa del 25% de los accidentes de tráfico en Europa, cifra que se cobra 10.000 muertos anuales.³ El grupo de 25 a 34 años es el más propenso a conducir por encima de la tasa de alcoholemia permitida, y este comportamiento es más habitual entre los hombres que entre las mujeres. A pesar de no existir diferencias significativas entre los conductores con estudios secundarios y superiores, los que no tienen estudios incrementan en 132% la probabilidad de conducir con exceso de alcohol respecto a los conductores con estudios medios o superiores. En lo referente al hábitat, los que viven en ciudades grandes o medianas tienen un 24% más de probabilidad que los residentes en entornos rurales de conducir con tasas de alcohol por encima del límite. Por su parte los conductores que viven en ciudades pequeñas tienen un 22% más de probabilidad de conducir con exceso de alcohol que los conductores que viven en entornos rurales.

Los conductores de los países de la Europa meridional (Chipre, Grecia, Italia y España) se caracterizan a su vez por ser más propensos a beber y conducir por encima del límite legal (casi nueve veces). Y entre los grupos de población destacan los varones, entre 25 y 34 años, de menor nivel educativo, que viven en ciudades pequeñas, y los solteros o separados.

En el caso de la muestra española el 37% de los conductores afirman haber bebido algo de alcohol antes de conducir durante el último mes, el 28% reconoce haber conducido después de beber por encima del límite permitido “ocasionalmente” o “alguna vez”; y el 6,2% piensa que se puede beber y conducir si se conduce con cuidado (SARTRE 4, 2012: 89).⁴

¹ Esta comunicación está basada en una investigación encargada por la Dirección General de Tráfico al grupo de investigación Cultura Digital y Movimientos Sociales (www.cibersomosaguas.net), de la Universidad Complutense de Madrid, titulada “*Acercamiento a las prácticas de consumo no disociado desde los entornos y redes sociales de pertenencia y sociabilidad*” (Nº de Expediente : 0100DGT21259). La investigación ha sido dirigida por Angel Gordo López (ajgordol@cps.ucm.es), y contó con la colaboración de Igor Sádaba y Millán Arroyo en la revisión metodológica, Olivia Isidoro, en la fase documental, y la participación de Social Noise S.L., agencia española líder en comunicación y marketing en redes sociales, para el desarrollo de la encuesta online.

² Universidad Complutense de Madrid

³ Acrónimo de Social Attitudes to Road Traffic Risk in Europe = Actitudes Sociales frente al Riesgo Vial en Europa.

⁴ Los resultados de la muestra española no se habían publicado en el momento de realizar esta investigación. Los datos que se aportan proceden del

A partir de la explotación estadística de la base de datos de SARTRE 4 realizada como parte de la investigación en la que basamos este texto⁵, el consumo de alcohol también se vincula con un patrón de conducta más general relacionado con el respeto de las normas y la prudencia al volante. Es decir, los que acostumbran a conducir después de haber consumido alcohol por encima de lo permitido tienden a ser conductores transgresores que tampoco respetan otras normas de tráfico.

En cuanto a las características sociodemográficas y actitudinales de los conductores que conducen después de haber bebido (aunque solo sea un poco)⁶ son sobre todo hombres de 18 a 29 años y de 45 a 64 años con estudios superiores y secundarios, solteros sin hijos y residentes en pueblos o ciudades pequeñas. Este grupo de conductores piensan mayoritariamente que se puede conducir con alcohol si conducen con cuidado y es el grupo que menor percepción tienen de los riesgos que conllevan la no disociación de beber alcohol o tomar medicamento de la conducción.

Una de las conclusiones que destacan del análisis de la muestra europea es el hecho de que mientras que el 94% de los conductores creen que beber y conducir aumenta sustancialmente el riesgo de sufrir un accidente, el 30% admiten que han bebido y conducido en el último mes y el 15% afirmó que tal vez haya superado la tasa de alcoholemia legal en su país (entre ellos a más de un 3% les sucede “a menudo” en un mes) (SARTRE, 2012: 136). En este sentido el informe señala que pese a las grandes mejoras en seguridad vial y la reducción de muertes, casi todos los indicadores de actitud muestran una tendencia con un ligero aumento en los comportamientos de conducción de riesgo, al mismo tiempo que una reducción en la aceptación de las penas más severas. Asimismo llama la atención sobre las consecuencias que puede tener este “relajamiento” en la cultura de seguridad vial.

Por otro lado, y según el estudio realizado por la DGT en el marco del PROYECTO EUROPEO DRUID (*Driving Under the Influence of Drugs, Alcohol and Medicines* - DRUID, 2011), en Europa se estima que el alcohol está presente en el 3,5% de los conductores, las drogas ilícitas en un 1,9% de los conductores, los medicamentos en un 1,4%, y las combinaciones de drogas con alcohol en un 0,37% de los conductores. En relación a la muestra española destaca que el 16,96% de los conductores a los que se les realizaron análisis de sustancias en saliva fueron casos positivos en alguna sustancia psicoactiva. En concreto el 6,61% de los conductores fueron positivos en alcohol, el 10,94% en alguna droga de abuso y el 1,98% en alguno de los medicamentos analizados.

El cannabis es la droga más consumida tanto en hombres como en mujeres y también en todos los grupos de edad (a excepción de los hombres mayores de 50 años en los que predominan los casos positivos de cocaína), aunque el consumo de los distintos tipos de droga varía significativamente en cada rango de edad. En el caso de las mujeres, el mayor consumo de cannabis se halla en el grupo de 18 a 24 años, las anfetaminas son más consumidas por las mujeres de 25 a 34 años y la cocaína en el grupo de 35 a 49 años. Entre los hombres los mayores consumos de cannabis y anfetaminas se hallan entre los más jóvenes, de 18 a 24 años, y el de cocaína en el grupo de 25 a 34 años (Tabla 1).

Tabla 1: Distribución del consumo de drogas en conductores por sexo y edad. DRUID, 2011 (elaboración propia)

Mujeres/Edad	Cannabis	Anfetaminas	Cocaína	Negativos
8 – 24	3,37%	-	0,14%	90,60%
25 -34	1,09%	0,33%	0,50%	92,52%
35 – 49	-	0,11%	0,78%	92,85%
>50	-	-	-	91,70%
Hombres/Edad	Cannabis	Anfetaminas	Cocaína	Negativos
18 – 24	15,56%	0,27%	1,97%	75,73%
25 -34	9,94%	0,07%	2,64%	78,43%
35 – 49	3,17%	-	1,80%	84,02%
>50	0,32%	-	0,49%	88,03%

En relación a los periodos de consumo, el cannabis se consume en mayor medida los fines de semana por la noche, las drogas anfetamínicas los fines de semana en horario de día, y la cocaína alcanza su mayor consumo en días laborales por la noche. Por su parte, los datos que se derivan de las memorias realizadas por el Instituto Nacional de Toxicología y Ciencias Forenses (INTCF) muestran una clara relación entre el consumo de alcohol y drogas y los fallecidos en accidentes. Del total de 855 conductores fallecidos de los que se realizaron análisis toxicológicos en 2010, un 42,6% presentaron resultados positivos en sangre a drogas y/o psicofármacos y/o alcohol. En el 73% de los casos positivos se detectó alcohol etílico solo o asociado con drogas y/o psicofármacos, y en el 29,48% drogas de abuso solas o asociadas con alcohol y/o psicofármacos (INTCF, 2011: 188).

informe europeo de SARTRE 4 disponible en la página <http://www.attitudes-roadsafety.eu/>.

⁵ La DGT facilitó la base de datos de la muestra española de SARTRE4 a los miembros del equipo de Cibernomasaguas que realizan esta investigación para su explotación estadística.

⁶ Este análisis en profundidad no incluyó a los conductores de motocicletas los cuales fueron analizados independientemente.

Tabla 2: Casos positivos de sustancia sola o asociada a otras sustancias. Fuente: Memoria 2010: Muertes en accidentes de tráfico. Análisis toxicológico. Instituto Nacional de Toxicología y Ciencias Forenses (2011). Elaboración propia.

Casos positivos	Drogas (solos o asociados con alcohol y o psicofármacos)	Psicofármacos (solos o asociados con alcohol)	Alcohol
42,46%	29,48%	19,56%	73,00%

En los casos positivos la droga implicada en primer lugar fue la cocaína (47,66% de los casos), seguida del cannabis (42,06% de los casos) (INTCF, 2011: 189). El porcentaje de hombres que dieron positivo en el consumo de alcohol y/o drogas fue extremadamente superior al de mujeres (93,12% frente al 6,88%), con edades comprendidas entre los 31 y 40 años, aunque en conjunto la población entre 21 y 50 años fue la que presentó mayor prevalencia. En el desglose de conductores accidentados de muerte en cuanto a la relación sexo/edad, los hombres de 31 a 50 años son los que mayor porcentaje registran, seguidos por las mujeres de 21 a 30 años.

La información obtenida en este primer momento resultó fundamental para los siguientes fases de la investigación en lo referente a la caracterización de los grupos teóricos de riesgo, el diseño muestral y la elaboración del cuestionario autorrellenable a través de Facebook.

2. Objetivos y metodología

El objetivo principal del presente estudio ha sido profundizar en la caracterización sociocultural de los usuarios de carreteras con mayor prevalencia de conductas no disociadas en el consumo de alcohol/drogas y la conducción a partir de una metodología que incorpora el uso de las redes sociales. La metodología utilizada ha sido un diseño mixto de investigación que combina la utilización de bibliografía especializada, informes oficiales y fuentes estadísticas secundarias sobre la presencia de alcohol, drogas y medicamentos en conductores españoles, con un trabajo de campo centrado en la producción de datos primarios cuantitativos mediante una breve encuesta online y la obtención de datos cualitativos, como los gustos y las preferencias, a partir del perfil de Facebook de los usuarios que realizan la encuesta. A diferencia de otras técnicas de producción de datos, las redes sociales como Facebook permiten recabar información espontánea aportada por las propias personas sobre sus gustos, preferencias o amigos, además de otra información sociocultural relevante. Los datos de los perfiles en Facebook proporcionaron información cualitativa espontáneamente producida por los propios usuarios de dichas redes sociales a partir de los “me gusta” o *likes*, que contribuyen a superar la falta de información sociocultural existente sobre estos grupos sin por ello tener que recurrir a técnicas de investigación que en su aplicación fomentan la racionalización, reactividad o deseabilidad social (por ejemplo, encuestas clásicas) o a estudios estadísticos *ad hoc* de corte experimental y su consabida falta de validez ecológica. El propósito de esta innovación metodológica es obtener un mayor conocimiento de estos grupos a través de los datos que las mismas personas registran en sus perfiles.

Entendemos que las selecciones y expresiones de gustos y consumo en Facebook pueden ser interpretadas como indicadores de los estilos de vida de esos grupos (Peyton, 2012). De esta manera se pueden vincular dos ámbitos que comúnmente no se relacionan en los análisis pero que consideramos tienen gran afinidad: las características sociales, demográficas o situacionales de los grupos (estudios, edad media, situación laboral, actitudes respecto a la conducción, frecuencia de conducción, etc.) y los patrones de gusto y consumo (materializados en selecciones concretas a través de las redes sociales).

La campaña estuvo activa del 1 al 16 de noviembre de 2012. La muestra final resultante incluyó a un total de 1.437 individuos frente a los 1.536 usuarios previstos en el diseño teórico del tamaño de la muestra, con un error muestral de +/- 2,5% y un nivel de confianza del 95%. Prevalen los jóvenes de 18-24 años (50,8%) seguido por el grupo de edad de 25 y 34 años. El 87,5% son mujeres (de las cuales el 48,3% tienen entre 18 y 24 años) y tan solo un 12,5% de hombres (frente al 46% de hombres y el 55% de mujeres previsto en el diseño teórico).

Para comprender estas diferencias finales es preciso tener en cuenta que hay muchos jóvenes hombres que iniciaron la encuesta, y que dieron su permiso para acceder a sus datos básicos de Facebook, pero no la terminaron. El número de individuos total que accedió a la encuesta fue de 2.087 individuos, frente a los 1.437 de la muestra final. A pesar de la desviación obtenida en relación al diseño muestral, es preciso tener en cuenta que, frente a las encuestas cara a cara, la encuesta online autorrellenada como la que se utiliza en esta investigación presenta la ventaja de reducir el efecto conocido como “deseabilidad social”, el cual puede aparecer asociado a preguntas que recogen información sobre hábitos de la población contrarios a la norma, como en nuestro caso, sobre consumo de alcohol/drogas y conducción.

El trabajo de campo se estructuró en torno a tres fases principales que pasamos a desarrollar: Caracterización de los *perfiles teóricos de riesgo* con conductas no disociadas; aplicación del cuestionario on line autorrellenado; y análisis estadístico de los datos obtenidos.

3. Caracterización de los *perfiles teóricos de riesgo* con conductas no disociadas

En esta fase de trabajo se identificaron los perfiles sociodemográficos de los segmentos de conductores que presentan conductas de riesgo al volante relacionadas con el consumo de alcohol/drogas y la conducción a partir de la exploración de informes oficiales y fuentes estadísticas previas. Denominamos *perfiles de riesgo teóricos* a la caracterización que surge de la triangulación de distintas fuentes de información, cuantitativa y cualitativa, con distintos diseños muestrales y marcos temporales. Estos análisis exploratorios iniciales basados en la explotación de datos secundarios procedentes de investigaciones de referencia en materia de seguridad vial permitieron elaborar una caracterización más integral de los perfiles de interés. En la identificación de estos perfiles iniciales se tuvo en cuenta el tipo de consumo, diferenciando entre alcohol y drogas (policonsumo), y el tipo de vehículo. También se utilizaron las variables sexo, edad, nivel de estudios, estado civil (cuando se tuvo información), ocupación (y en algunas ocasiones sector de actividad), y pautas de conducción y de consumo (cuando se tuvo información). Esta caracterización permitió identificar nueve perfiles de riesgo tal y como se muestra en el siguiente cuadro y se detalla a continuación.⁷

Cuadro 1: Perfiles teóricos de riesgo en relación al sexo, edad y tipo de consumo

Automóviles
ALCOHOL
PERFIL 1: Hombres de 18 a 24 años
PERFIL 2: Hombres de 25 a 29 años
PERFIL 3: Hombres de 45 a 64 años
PERFIL 4: Mujeres 25 a 44 años
PERFIL 5: Mujeres de 18 a 24 años
DROGAS (POLICONSUMO)
PERFIL 6: Hombres de 18 a 24 años
PERFIL 7: Hombres de 25 a 34 años
PERFIL 8: Mujeres de 18 a 24 años
PERFIL 9: Hombres y Mujeres de 35 a 49 años

En los perfiles de conductores de automóviles con mayor prevalencia de conducta no disociada alcohol/conducción destacaban los hombres que utilizan el coche casi a diario y que conducen más de 20.000 kilómetros de recorrido anual, con tendencia a conducir vehículos de gran cilindrada, y quienes mayoritariamente piensan que pueden beber si conducen con cuidado. Estos conductores consideran restrictiva la limitación de consumo de alcohol y tienden a pensar que sus amigos conducen después de beber, a la vez que restan importancia al consumo de alcohol como posible causa de accidente, pese a que presentan tasas de accidentes bastante superiores a la media. Asimismo perciben menos peligros en la conducción y en general son transgresores e incumplen las normas de tráfico y la seguridad.

En este grupo coexistían tres perfiles diferenciados en relación a las variables edad, nivel de estudios y actividad. En los dos primeros predominaban los hombres más jóvenes, entre 18 y 24 años (perfil 1) y entre 25 y 29 (perfil 2), con nivel de estudios secundarios, y los de mayor edad, entre 45-64 años (perfil 3), con estudios primarios o superiores. En lo referente al sector de actividad los perfiles 1 y 2 incluían básicamente estudiantes y trabajadores manuales (construcción, sector primario y hostelería), mientras que el perfil 3 mostraba una mayor heterogeneidad: por un lado ejecutivos/directivos con estudios superiores, y por otro trabajadores manuales, principalmente del sector construcción y hostelería con estudios primarios/secundarios. El estado civil predominante en los tres perfiles eran los solteros seguidos por los separados.

Esta “dispersión” también se apreciaba en las mujeres con mayor prevalencia de conductas no disociadas en lo referente al alcohol (perfil 4 y 5). No obstante las distancias socioeconómicas y culturales entre estos perfiles eran menos marcadas, con una mayor presencia de estudios medios-superiores. El grupo de mujeres más jóvenes (de 18 a 24) (perfil 5) estaba integrado por trabajadoras manuales y estudiantes, mientras que el grupo de edades superiores (25-44) (perfil 4) incluía trabajadoras manuales no cualificadas y oficinistas funcionarias y mandos medios. De manera similar al grupo de hombres prevalecían las solteras o separadas y sin hijos.

En lo referente al consumo de drogas prevalece el policonsumo (cannabis + anfetaminas/éxtasis + cocaína), aunque diferenciado en relación a las distintas variables sociodemográficas. Entre los hombres el grupo compuesto por jóvenes entre 18 y 24 años (perfil 6) presenta el mayor consumo de cannabis (15,56%), consumo medio-bajo de cocaína (1,97%) y consumo bajo de anfetaminas/éxtasis (0,27%) (DRUID, 2011). Según otros estudios consultados, los jóvenes de este grupo tienen estudios secundarios y en su mayoría son trabajadores manuales no cualificados del sector hostelería, transporte y construcción, y muestran especial interés por el fútbol, el bar y la videoconsola (perfil 6). El grupo de hombres de

⁷ Para la caracterización de los perfiles de riesgo en el consumo de alcohol nos hemos basado fundamentalmente en el análisis realizado por el equipo de investigación de la base de datos SARTRE4, y los trabajos realizados por la FAD, con metodología cuantitativa y cualitativa. Para los grupos de consumo de drogas (policonsumo) nos hemos centrado específicamente en los datos de DRUID, en cuanto a los porcentajes de consumo por sexo y edad, y en la Encuesta 2007-2008 sobre consumo de sustancias psicoactivas en el ámbito laboral en España, realizada por el Observatorio Nacional de Drogas.

edades comprendidas entre los 25 y 34 años, (perfil 7) consume la mitad de cannabis (7,99%) y anfetaminas/éxtasis (0,13%) que el grupo de hombres más jóvenes, aunque es el grupo que más cocaína consume (2,17%). Este grupo está integrado principalmente por trabajadores no cualificados y cualificados, con una mayor presencia del sector transporte y almacenamiento y con estudios de primaria y secundaria.

Por su parte el grupo de mujeres que exhibe mayor prevalencia en el consumo de drogas se encuentra en jóvenes (18-24 años) con una gran variedad de niveles formativos y estado civil, y con un perfil profesional en el que predominan puestos administrativos, técnicos intermedios y profesiones cualificadas (perfil 8). Este grupo presenta un perfil socioeconómico y cultural ligeramente más alto que el grupo de hombres de su edad y un consumo significativamente menor de cannabis (3,37% frente al 15,56% del perfil 6) y cocaína (0,14% frente al 1,97% del perfil 6).

Por último, destacaba un grupo mixto con edades entre los 35 y los 49 años, consumidores únicamente de cocaína, y caracterizado por un nivel de estudios medios o superiores, en su mayoría solteros/as o separados/as (sin hijos) y con puestos técnicos intermedios o personal administrativo (perfil 9).

Según los grupos identificados, el mayor consumo de alcohol se registra entre hombres entre 18 y 34 años y hombres con edades más avanzadas (entre 45 y 64), principalmente con nivel de estudios secundarios y profesiones manuales, principalmente en el sector primario, construcción y hostelería. La prevalencia de cannabis, por su parte, estaba asociada a los hombres más jóvenes (18-24 años) de las clases medias-bajas con profesiones no cualificadas quienes, en edades posteriores (25-34 años), tienden a reducir a la mitad el consumo de cannabis y de anfetaminas/éxtasis, y a doblar el consumo de cocaína (en buena medida debido al mayor poder adquisitivo de estos), siendo el grupo con mayores tasas de consumo de la misma. Las mujeres más jóvenes, en su mayoría con mayor nivel de estudios que los hombres y de trabajos cualificados, presentan perfiles de consumo medio-bajo. Los grupos de clases medias y medias altas, con perfil mixto y edad intermedia, tienden a hacer un consumo exclusivo de cocaína.

En relación a las diferencias descritas, se apreciaba una importante relación entre la profesión, el nivel de estudios y el estado civil que permitía plantear interrogantes como ¿cuáles podrían ser las principales causas de convergencia en hábitos de conducta no disociada en grupos tan social y culturalmente diferenciados? y ¿qué otras dimensiones compartían estos grupos además de beber y/o consumir drogas y conducir a diario? Estos interrogantes implicaban profundizar en los gustos, las preferencias y los estilos de vida.

Aplicación del cuestionario online a través de Facebook

El cuestionario se diseñó a partir de tres bloques temáticos y contaba con 6 preguntas. El objetivo era presentar una encuesta ágil, fácil de responder, en sintonía con el tipo de encuestas que se utilizan en las redes sociales, y que permitiera también la caracterización sociocultural de los participantes y sus niveles de consumo de alcohol/drogas. El primer bloque temático abordaba el nivel educativo en cuanto al nivel de estudios (terminados o en curso) de los participantes, y el de sus madres y padres. El objetivo que se perseguía al incluir el nivel de estudios de los progenitores era poder analizar la movilidad de clase de los/as participantes, en este caso en relación al nivel educativo (o capital cultural). El segundo bloque temático (preguntas 2-4) se centraba en la situación laboral y sector de actividad y también recogía información de la actividad laboral del padre y de la madre con el propósito de poder profundizar en la movilidad de clase asociada, en este caso, al capital económico. El tercer bloque temático (preguntas 5-6), por último, estaba relacionado con las pautas de movilidad, y de consumo de alcohol/drogas/medicamentos. En concreto, la pregunta 6 recogía información sobre si los encuestados conducen después de haber consumido bebidas alcohólicas, marihuana o hachís, anfetaminas, éxtasis, y medicamentos, y con qué frecuencia. La escala utilizada fue “nunca”, “rara vez”, “a veces” y “a menudo”, adaptada a partir de las escalas clásicas tipo Likert en función de la temática de estudio.

5. Resultados

El análisis estadístico de los datos obtenidos de la encuesta se concretó en la identificación de tres grandes grupos de riesgo (tres conglomerados), y seis específicos si tenemos en cuenta el sexo (tres conglomerados por dos sexos). Una vez obtenidos los seis grupos de riesgo finales se procedió al análisis de las páginas favoritas de los usuarios (“me gusta”) para obtener información de los hábitos de consumo y gustos, y se establecieron correspondencias entre los distintos perfiles sociodemográfico-laborales con los gustos y estilos manifestados y mostrados en las redes sociales.

Los datos obtenidos sobre las páginas favoritas (“me gusta” / “likes”) de los usuarios en Facebook se clasificaron en diferentes categorías principales: música, comidas y bebidas, compañías/empresas, personas públicas y productos y servicios. Con el propósito de detectar diferencias y similitudes entre los subgrupos se eligieron las categorías con mayores frecuencias y con menor dispersión. Dentro de cada categoría, para cada grupo se detectaron las 10 páginas más frecuentes, y se analizaron en base a la frecuencia que cada página tenía dentro de la categoría correspondiente. Desde nuestra perspectiva de análisis, interesaba detectar los “gustos top” (las modas) de cada grupo y subgrupo de riesgo, pero también las variaciones relativas con respecto a la muestra general, muy condicionada por modas y corrientes

mayoritarias. Es decir, se caracterizó cada grupo por las categorías más frecuentes dentro del mismo, pero también por sus características más específicas y particulares respecto a los otros dos grupos de riesgo.

Los conglomerados obtenidos resultaron homogéneos respecto a sus atributos básicos (eventualidad, estudios, disociación, etc.) además de ofrecer información relevante e igualmente homogénea sobre los estilos de vida e identidad (música, bebidas, personajes populares favoritos, compañías, etc.). Estos tres grupos eran de diferente tamaño y quedaron definidos como grupo de riesgo bajo, con 795 casos, grupo de riesgo alto, con 190 casos, y grupo de riesgo medio, con 461 casos. Pasamos a describir algunas de sus características principales.

En el grupo de riesgo bajo los hombres y las mujeres nunca conducen después de consumir alcohol, pero las mujeres en alguna ocasión consumen éxtasis y conducen. De los tres grupos conformados, son los más jóvenes, con una edad media de 25 años las mujeres y de 28 los hombres. Más de la mitad de todos ellos tienen estudios superiores en porcentajes equivalentes en relación al sexo (57% hombres y 56% mujeres), pero las mujeres de este grupo tienen casi el doble de paro + inactividad laboral (80%) que los hombres (42,3%). Entre los que trabajan, las mujeres lo hacen menos con contratos eventuales (19%), que los hombres (38,5%). También se aprecia que en los hombres hay mayor presencia de trabajos cualificados (25%) que en las mujeres (10%), a pesar de tener nivel de estudios superiores equivalentes. En síntesis, muchos de los hombres de este grupo están en paro o son estudiantes, y los que trabajan tienen una alta eventualidad, son poco conductores, y no conducen después de beber. Las mujeres son principalmente jóvenes en paro que conducen poco o no conducen después de beber alcohol pero en alguna ocasión lo hacen después de tomar éxtasis.

En el grupo de riesgo alto se observan los mayores porcentajes de personas que beben y conducen a veces + frecuentemente, y lo hacen mucho más ellas (43,2%) que ellos (31,3%), al igual que en el consumo de éxtasis (33% las mujeres y 9,4% los hombres). La media de edad de las mujeres de este grupo es de 26 años y de 30 para ellos. Aunque son los que tienen mayor nivel de estudios superiores, existen diferencias en relación al sexo (78,1% los hombres y 62% las mujeres), mucho más acentuadas en cuanto a la situación de paro + inactividad, ya que más del doble de mujeres que de hombres se encuentran en esta situación (67% y 31% respectivamente). En este grupo se registran los mayores porcentajes de contratos eventuales, (29% para ellas y 47% para ellos) y de profesiones cualificadas, pero, al igual que en los otros grupos, los hombres registran casi el doble de porcentaje en relación a las mujeres en esta categoría (40,6% y 22,6% respectivamente). A modo de conclusión, este grupo está formado por mujeres jóvenes, la mayor parte con estudios superiores, inactivas o con contratos eventuales, que con frecuencia conducen después de beber y/o toman éxtasis, y por hombres jóvenes, la mayor parte de ellos con estudios superiores también, con un alta incidencia de conductores ocasionales, también de motos, que conducen después de beber.

853

En el grupo de riesgo medio, por último, el 8,4% de los hombres a veces + frecuentemente conducen después de beber, y el 5,8% de las mujeres, mientras que en el consumo de éxtasis se observa mayor incidencia entre las mujeres (22,6%) en relación a los hombres (10,6%). Este grupo es el de mayor edad. Las mujeres tienen una media de 30 años y los hombres de 35. El 60% de los hombres tienen estudios superiores, frente al 51,2% de las mujeres. Es el único grupo que no acusa la situación de paro + inactividad y el que registra los mayores porcentajes de contratos indefinidos, en porcentajes similares entre hombres y mujeres (86% y 85% respectivamente). Al igual que en los otros dos grupos, los hombres realizan trabajos cualificados en porcentajes superiores al de las mujeres (39% y 23,4% respectivamente). Son, sobre todo, hombres solteros con trabajo indefinido y activos. Conductores ocasionales, también de motos, que conducen ocasionalmente después de beber, y ellas mujeres con trabajo indefinido (estabilidad laboral), conductoras frecuentes que también ocasionalmente conducen después de beber y consumen éxtasis.

El análisis de los gustos y preferencias de los distintos grupos se realizó, como se ha señalado anteriormente, en relación a distintas categorías tales como música, comidas y bebidas, compañías/empresas, personas públicas y productos y servicios, que pasamos a describir.

En el grupo de riesgo bajo, tanto para hombres como para mujeres, se observa el consumo de música Pop, muy internacional debido al consumo globalizado en sectores jóvenes. Son los iconos de las industrias musicales internacionales (Beyoncé, Lady Gaga, Shakira) los más preferidos. No obstante, en hombres hay una tendencia más escorada a la música nacional o en castellano (Manu Carrasco, Sabina, Maná), si bien siguen siendo artistas o grupos musicales de consumo generalizado, muy estandarizados y mediáticos.

En el grupo de riesgo alto encontramos artistas pertenecientes a subculturas urbanas (Violadores del verso, Extremoduro o AC/DC) junto a un claro predominio de música perteneciente en su mayoría al género Rock. En los hombres aparece una mayor tendencia hacia preferencias por bandas musicales internacionales (AC/DC; Pink Floy o Metállica) respecto a las mujeres, por lo que en este grupo se encuentran hábitos de consumo musical mucho más alejados del consumo estandarizado y más relacionados con identidades rupturistas.

En el grupo de riesgo moderado aparece una mayor cantidad de artistas internacionales, tanto en hombres como en mujeres, provenientes del Pop pero también del Rock. También destacan iconos internacionales dentro de las categorías más frecuentes (David Guetta o Pablo Alborán), si bien en este caso la preferencia por artistas nacionales está más presente entre las mujeres. Una característica de este grupo respecto al anterior es la mayor cantidad de artistas o conjuntos musicales con trayectorias más largas temporalmente, como Estopa, U2 o ColdPlay, lo que puede explicarse por la mayor media de edad de este grupo.

Tabla 3: Categoría de páginas favoritas: MÚSICA

N=14.448	MÚSICA ESPECÍFICA	MÚSICA FRECUENTE	CARACTERIZACIÓN
MUJERES RIESGO BAJO	Beyoncé, Lady Gaga, Melendi	David Guetta, Rihanna, Adele	POP INTERNACIONAL
MUJERES RIESGO ALTO	Violadores del Verso, Guns' Roses, Red Hot Chili Peppers	Extremoduro, Pablo Alborán, Melendi	ROCK NACIONAL E INTERNACIONAL (ROCK DURO), RAP
MUJERES RIESGO MEDIO	Estopa, Maldita Nerea, Lady Gaga	David Guetta, Estopa, Rihanna	POP NACIONAL E INTERNACIONAL
HOMBRES RIESGO BAJO	Manu Carrasco, Maná, Sabina	Pablo Alborán, Shakira, Fito y Fitipaldis	POP Y ROCK NACIONAL (ROCK SUAVE)
HOMBRES RIESGO ALTO	AC/DC, Pink Floyd, Metallica	Michael Jackson, The Beatles, AC/DC	ROCK INTERNACIONAL (ROCK DURO)
HOMBRES RIESGO MEDIO	Queen, U2, ColdPlay	Queen, Pablo Alborán, Coldplay	POP Y ROCK INTERNACIONAL (ROCK SUAVE)

En la misma línea, las páginas más frecuentes de personas públicas o famosas sirven para profundizar en las preferencias de las personas de cada grupo de riesgo e indican quiénes son las personalidades que tienen una mayor incidencia a nivel global y específico para cada grupo. Los futbolistas, específicamente los del Real Madrid o el Barcelona, junto a personajes de series televisivas como “Luisma”, de la serie Aida, se muestran de forma generalizada en todos los grupos. Pero dentro de las características comunes, existen preferencias que distinguen a cada uno de los grupos y que podrían interpretarse como pequeñas variaciones en el gusto y consumo.

Junto a los personajes famosos se consideró también la conveniencia de analizar páginas que reflejaran iconos de la sociedad de consumo para ver la relación entre éstos y los hábitos de vida, sobre todo si tenemos en cuenta que la imagen de los productos, los servicios y las compañías se encuentran altamente profesionalizados y perfilados hacia grupos de consumo con hábitos de vida más o menos diferenciados.

Tabla 4: Categoría de páginas favoritas: PERSONAS PÚBLICAS

N=7.575	PERSONAS ESPECÍFICAS	PERSONAS FRECUENTES	CARACTERIZACIÓN
MUJERES RIESGO BAJO	Bob Esponja, Sergio Ramos, Gerard Piqué	Iker Casillas, LuisMa, Andrés Iniesta	PERSONAJES INFANTIL/JUVENILES Y JUGADORES DE FÚTBOL
MUJERES RIESGO ALTO	Humor Absurdo, Gerard Piqué	Luisma, Rafa Nadal, Andrés Iniesta	PERSONAJES SERIES, DEPORTISTAS, PERSONAJES SERIES HUMOR
MUJERES RIESGO MEDIO	David Villa, Cristiano Ronaldo, Dr. House	Luisma, Iker Casillas, Cristiano Ronaldo	JUGADORES DE FUTBOL, PERSONAJES SERIES TV NO HUMOR
HOMBRES RIESGO BAJO	Coco, David Villa	Luisma, Iker Casillas, Andrés Iniesta	PERSONAJES INFANTIL/JUVENILES Y JUGADORES DE FÚTBOL
HOMBRES RIESGO ALTO	Mensaje antirreligioso, Alberto Contador, Carles Puyol/Gerard Piqué	Andrés Iniesta, Leo Messi, Dr. House	MENSAJES ANTIRELIGIOSO, CICLISTAS Y FUTBOLISTAS, SERIES TV.
HOMBRES RIESGO MEDIO	Coco, la Rana Gustavo, Andrés Iniesta	Luisma, Andrés Iniesta, Coco	PERSONAJES INFANTIL/JUVENILES Y JUGADORES DE FÚTBOL

En los gustos gastronómicos destacan marcas de alimentación con una fuerte presencia mediática, una alta penetración en los mercados y en su mayoría multinacionales muy populares. El consumo de marcas y de alimentación y bebidas es un típico ejemplo de consumo distintivo donde se reflejan estilos de vida cotidiana diferentes (comida rápida, cafés, bebidas alcohólicas populares, bebidas energéticas, bebidas alcohólicas no populares).

Para el caso de esta categoría, se percibe una clara diferencia de género más que de grupos de riesgo. En los tres grupos de hombres encontramos marcas de cervezas de distinto tipo, algo inexistente en el caso de las mujeres entre las cuales, especialmente el grupo de mujeres de riesgo alto, figuran marcas de refrescos (Coca Cola y Pepsi) y bebidas energizantes (Red Bull). Una de las posibles interpretaciones en esta línea podría realizarse sobre las marcas de cerveza que encontramos dentro de cada grupo de riesgo y los significados identitarios que se construyen a través de las mismas.

Tabla 5: Categoría de páginas favoritas: COMIDAS Y BEBIDAS

N=10.607	COMIDA Y BEBIDA ESPECÍFICA	COMIDA Y BEBIDA FRECUENTE	CARACTERIZACIÓN
MUJERES RIESGO BAJO	Starbucks, Conguitos, Pringles	Kit Kat, McDonalds, Coca Cola	COMIDA BASURA JUVENIL Y TIENDAS STANDARD
MUJERES RIESGO ALTO	Red Bull, Burguer King, Matutano	Coca Cola, Pepsi, Red Bull	BEBIDAS ENERGÉTICAS Y VIGORIZANTES
MUJERES RIESGO MEDIO	Pan Bimbo, Heineken, Coca Cola	Kit Kat, Nescafé, Coca Cola	CERVEZAS DE MARCA Y CAFÉ/PAN
HOMBRES RIESGO BAJO	Cruzcampo, Nestlé, Pan Bimbo	Nescafé, Heinz, Pan Bimbo	COMIDA STANDAR Y JUVENIL (PAN MOLDE Y KETCHUP)
HOMBRES RIESGO ALTO	Amstel, Cruzcampo, Mahou	Nescafé, Amstel, Donuts	CERVEZAS POPULARES
HOMBRES RIESGO MEDIO	Cruzcampo, Sandy, San Miguel	Nescafé, Pepsi, San Miguel	CERVEZAS MEDIAS Y BEBIDAS SUAVES

El análisis de productos y servicios, en cuanto a su impacto, aporta un espectro de preferencias diferente al de las marcas en relación a las pautas de consumo y, en algunos casos, incluso de status socioeconómico. En este caso, se amplía el abanico de marcas a posibles objetos de consumo y se percibe que siendo nuevamente marcas de compra cotidiana muy populares y mediáticas, existen algunas asimetrías y elecciones diferenciales respecto a ellas según cada grupo o subgrupo.

Encontramos que los grandes almacenes de ropa y equipamiento deportivo, junto a marcas de tecnología, son transversales a todos los grupos de riesgo (Decathlon, LG). Si bien las distintas preferencias por entidades o páginas web pueden darnos hábitos de uso de internet sensiblemente diferentes. En el grupo de mujeres de riesgo bajo encontramos plataformas de redes sociales generalistas (Facebook), mientras que las mujeres del grupo de riesgo alto optan por una red social en la que se priman más los contactos de tipo informal (Badoo) junto a páginas de festivales de música electrónica (I love techno).

Tabla 6: Categoría de páginas favoritas: PRODUCTOS Y SERVICIOS

N= 12.310	PRODUCTOS Y SERVICIOS ESPECÍFICOS	PRODUCTOS Y SERVICIOS FRECUENTES	CARACTERIZACIÓN
MUJERES RIESGO BAJO	Tengo ganas de ti (serie adolescentes), Samsung, Facebook	Decathlon, Youtube, Facebook	SERIES PARA ADOLESCENTES, TECNOLOGÍA Y REDES SOCIALES
MUJERES RIESGO ALTO	I love techno, Badoo, Circo de los Horrores	Decathlon, Circo de los Horrores, LG	MÚSICA ELECTRÓNICA, ESPECTÁCULOS Y REDES SOCIALES PARA ENCUENTRO
MUJERES RIESGO MEDIO	ING Direct, Sony, Nokia	Decathlon, Ariel, Fairy	BANCOS, TECNOLOGÍA Y MARCAS DOMÉSTICAS
HOMBRES RIESGO BAJO	Ligeresa, SKIP, Schwarkopz	Decathlon, Ariel, LG	COMIDA Y COSMÉTICA
HOMBRES RIESGO ALTO	Circuit Planet, Loreal, Kerastase	Ariel, Decathlon, Fairy	TECNOLOGÍA (ACCESORIOS) Y COSMÉTICA
HOMBRES RIESGO MEDIO	Logitech, Danone, Ambipur	Decathlon, Ariel, Fairy	TECNOLOGÍA Y MARCAS DOMÉSTICAS

Finalmente, las compañías vienen a completar las características marcadas en referencia a patrones de consumo, hábitos y estilos de vida. Nuevamente vemos grandes almacenes y tiendas de venta *online*, fundamentalmente ropa y tiendas de electrónica (El Corte Inglés, Privalia, Amazon). Pero en los grupos de riesgo alto aparecen los preservativos y la ropa deportiva de marca como característica diferenciadora (Calvin Klein, Adidas), lo que no deja de llamar la atención teniendo en cuenta que este grupo es el más afectado por la precariedad laboral. En esta línea, dentro del grupo de riesgo bajo también encontramos grandes marcas de ropa juvenil (Stradivarius, Mango) pero identificadas a grupos de consumo más masivos y asequibles que los anteriores, mientras que para el grupo de riesgo moderado destaca la presencia de tiendas de muebles o libros (IKEA, Amazon), que podría ser un indicador del mayor poder adquisitivo y edad media de este grupo, que como vimos es el único que goza de estabilidad laboral.

En esta categoría, las compañías son marcas o empresas favoritas de los encuestados (consumidores) tanto por los productos que ofrecen como por los estilos de vida y consumo generales que reflejan y a los que las personas se adhieren.

Tabla 7: Categoría de páginas favoritas: COMPAÑÍAS

N=18.409	COMPAÑÍAS ESPECÍFICAS	COMPAÑÍAS MÁS FRECUENTES	CARACTERIZACIÓN
MUJERES RIESGO BAJO	Stradivarius, VIPS, Mango	El Corte Inglés, Stradivarius, Privalia	ROPA JUVENIL FEMENINA
MUJERES RIESGO ALTO	Calvin Klein, Adidas, Ginos	El Corte Inglés, Durex, Ginos	ROPA DEPORTIVA DE MARCA Y PRESERVATIVOS
MUJERES RIESGO MEDIO	Mango, Garnier, IKEA/Amazon	El Corte Inglés, Privalia, VIPS	ROPA, COSMÉTICA Y MUEBLES/LIBROS
HOMBRES RIESGO BAJO	Menbur (venta online ropa), Astor, Garnier	El Corte Inglés, Privalia, Garnier	ROPA Y COSMÉTICA
HOMBRES RIESGO ALTO	Astor, Euronics (electrodomésticos /electronica), Loreal	El Corte Inglés, Privalia, Durex	ELECTRODOMÉSTICOS, COSMÉTICA Y PRESERVATIVOS
HOMBRES RIESGO MEDIO	IKEA, FNAC, VIPS/Ginos	El Corte Inglés, Privalia, Amazon	MUEBLES/LIBROS

6. Conclusiones

A partir del análisis de los datos se demuestra que hay grupos de conductores que se diferencian en sus pautas de no disociación en el consumo de alcohol/drogas y conducción en función de la edad y el género, pero también en relación a características socioculturales y económicas concretas, siendo la inestabilidad laboral, en forma de paro y contratos eventuales, y el nivel cultural las dimensiones más discriminantes, así como ciertos gustos culturales y las preferencias en ocio y consumo.

En relación al grupo de riesgo alto, y a modo de síntesis, es el grupo que muestra mayor tendencia a consumir alcohol y drogas y conducir. También destaca que los hombres y las mujeres de este grupo son los que registran el mayor porcentaje de estudios superiores, pero este nivel formativo no se ve correspondido con la situación laboral, ya que se observa una alta tasa de paro y de contratos eventuales. En este grupo se aprecian además diferencias significativas de género. Las mujeres beben y conducen con mayor frecuencia que los hombres, y toman éxtasis y conducen más a menudo que los hombres. Y ambos sexos también conducen después de fumar cánnabis/hachis. En relación al ámbito laboral, ellas registran el doble de paro/inactividad que ellos, y entre las que trabajan, las que lo hacen en profesiones cualificadas representan casi la mitad del porcentaje que muestran los hombres.

Las madres y padres de los jóvenes del grupo de riesgo alto registran también el mayor porcentaje de estudios superiores con respecto a los otros grupos, y entre ellos, los padres muestran mayor porcentaje en relación a los estudios superiores y equivalente en estudios medios. En cuanto a la situación laboral, las madres de los jóvenes del grupo de riesgo alto son las que más trabajan con contrato indefinido y como autónomas, mientras que en la tasa de paro y de inactividad muestran una tendencia intermedia en relación a los otros grupos. Los padres de los jóvenes de estos grupos también trabajan la mayor parte con contratos indefinidos, con valores equivalentes a los padres de los jóvenes de riesgo bajo, y muestran valores intermedios también en cuanto los contratos eventuales el porcentaje de paro y la inactividad.

En lo referente a sus gustos y preferencias este grupo presenta mayor especificidad y diferenciación. Los artistas preferidos pertenecen, principalmente, a subculturas urbanas (Violadores del verso, Extremoduro) y al género rock. Entre los hombres existe una mayor tendencia hacia preferencias por este tipo de bandas musicales internacionales (AC/DC; Pink Floyd o Metálica) respecto a las mujeres. Este tipo de preferencias musicales se pueden relacionar con identidades rupturistas que se distancian de los hábitos de consumo más globales o estandarizados.

En cuanto a sus gustos, en el contexto de la sociedad de consumo, entre las mujeres figuran bebidas energizantes (Red Bull), música electrónica, espectáculos y redes sociales de contactos de tipo informal (Badoo), así como ropa deportiva de marca y preservativos. Entre los hombres destaca la comida standard y juvenil (pan molde y ketchup), tecnología (accesorios), cosmética, y también preservativos.

A modo de síntesis se puede establecer que el grupo de riesgo alto pertenece a las clases medias inestables fuertemente expuestas a la actual crisis laboral y económica, con altas tasas de eventualidad laboral y preferencias culturales y de consumos menos normativos que los otros grupos. Estos gustos son indicativos a su vez de estilos de vida más “intensos” en lo social y laboral, y por tanto más propensos a la exposición y valores próximos a las subculturales, la transgresión y la rebeldía. Pero las características vivenciales de este grupo requieren que tampoco sean tratados como “grupos residuales”. Es decir, son población de clases medias ascendentes con un fuerte capital cultural que no se ve correspondido con su situación sociolaboral, en parte debido a la actual crisis, lo que les lleva a seleccionar mucho más sus preferencias.

Bibliografía

- Druid (2011): “Prevalencia de alcohol, drogas y medicamentos en conductores españoles”. Dirección General de Tráfico.
- Instituto Nacional De Toxicología Y Ciencias Forenses (2011): Víctimas mortales en accidentes de tráfico
- Peyton, P. (2012) “Emotion to Action?: Deconstructing the ontological politics of the “like” button, en T. Benski & E. Fisher (eds.) *The Internet & Emotions*. New York: Routledge. <http://www.routledge.com/books/details/9780415819442/>
- Sartre 4 (2012): European road users’ risk perception and mobility: The SARTRE 4 survey. Julien Cestac, Patricia Delhomme & Jean-Pierre Cauzard (coordinadores): disponible en <http://www.attitudes-roadsafety.eu/>.



Colaboran:

CIS

Centro de Investigaciones Sociológicas

